

图书基本信息

书名：<<营销策划概论 艺术与案例>>

13位ISBN编号：9787806273791

10位ISBN编号：7806273794

出版时间：1999-01

出版时间：东方出版中心

作者：陈信康

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## 内容概要

营销策划是一门科学，也是一门艺术。

本书运用现代营销学理论，

提供有实用价值的策划技术和技巧，详细介绍策划的具体步骤和方法。

在简述营销策划基本概念的同时，着重围绕营销策划的操作程序一步一步展开全书内容，如“机会与优势分析”、“制定营销战略及行动方案”、“确定营销成本及实施控制”等。

所收录的三个不同类型的完整的

营销策划案例，从文字内容上看是精彩之作，在实践中也被证明是成功范例，足可引为教科书。

本书可作经济管理院校有关课程的教材，也可

供经营管理人员参考使用。

书籍目录

前言

引子

第一章 营销策划概述

第一节 营销策划的定义与目的

一、策划与营销策划

二、认识营销策划的几个层面

三、营销策划必须处理的难题

第二节 营销策划的内容与操作程序

一、整体营销策划与局部营销策划

二、营销策划的程序与构成要素

第三节 营销策划书的设计与撰写

一、营销策划书的作用

二、营销策划书的结构

三 营销策划书的撰写技巧

第二章 营销环境的分析与评价

第一节 描述历史沿革的轨迹

一、企业产品的演变过程

二、市场的演进过程

第二节 现状分析与评价

一 市场规模与市场潜量的测定

二、市场竞争格局分析

三、相关环境因素分析

第三节 了解与分析营销环境的途径与方法

一、现有资料的了解与分析

二、市场调研的方法与技巧

第三章 机会与优势分析

第一节 竞争企业分析

一、竞争企业目前的战略评价

二、竞争企业的潜在力评价

第二节 企业优劣势的比较

一、分析企业的比较优势

二、分析企业的相对劣势

第三节 确定目前存在的主要问题

一、存在的基本问题

二、存在的主要问题

第四章 制定营销战略及行动方案

第一节 明确企业行动的目标

一、企业目标

二、财务目标的确定

三、营销目标的确定

四、企业目标确定的标准

五、企业目标偏差的控制

第二节 企业营销战略的制定

一、营销战略的内容

二、营销战略与行动方案的制定

## 第五章 确定营销成本及实施控制

### 第一节 确定营销成本

- 一、营销总成本的确定
- 二、营销组合中的费用分配
- 三、目标市场费用分配
- 四、编制预计损益表

### 第二节 营销行动方案的控制

- 一、营销控制的内容
- 二、营销控制的方法

营销策划案例一：新世界商城功能定位及营销策划

营销策划案例一的评析

营销策划案例二：s公司产品营销策划

营销策划案例二的评析

营销策划案例三：Z集团房地产营销模式策划

营销策划案例三的评析

主要参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>